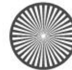
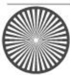
K

16

La página editorial:

Adopción de una línea

El siguiente tema es una condensación, autorizada por la Asociación Nacional de Periódicos (NNA), de un capítulo del libro "The Newspaper" de Paul Greenberg, publicado para la NNA por Prentice Hall.

Los editoriales dan al periódico un carácter propio, independiente de las noticias que publica. Ellos le permiten relacionarse con la comunidad a que sirve, en ocasiones diciendo lo que sólo un vecino amigo puede decir.

Lo que diferencia a la página editorial es que da opiniones. Es tan importante impedir que las noticias tomen el lugar de la opinión editorial como mantener a lo editorial separado de las columnas de noticias. El editorial debe decir algo; adoptar una línea, preferiblemente que sea distintiva y consecuente con el carácter del periódico e incluso su conciencia. Esta es una razón por la que recomiendo que no se firmen los editoriales, que deberían ser la opinión del periódico como institución más que la de una persona. Con los años, esa institución debe desarrollar una personalidad tan interesante como la de un barco o un país.

Hay que evitar en lo posible esos pseudo editoriales que discretamente se describen como "equilibrados" y "objetivos". Si no tiene una opinión definida, no trate de disimularlo; se notará. Absténgase de publicar ningún editorial que pueda resumirse con la frase "Este es un asunto muy importante que merece ser estudiado".

Los editoriales no deben limitarse a temas políticos. Un trabajo en defensa de la salud de los almendros o los buenos modales podría ser más interesante y beneficioso que una muestra más de erudición. No confine el humor a las demás páginas; pero cuídese del "editorial humorístico", que puede resultar el más solemne de todos. Generalmente el humor sirve mejor de aperitivo, o de aliño, que de plato fuerte,

Saque todo cuanto pueda considerarse análisis de noticias, antecedentes de hechos ocurridos y demás y póngalo en cualquier parte del periódico que no sea la columna editorial. Que el editorial refleje su recto sentido original:





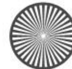






K





la opinión del editor. Mejor una columna editorial abreviada que adulterada.

Las noticias y la información pueden ser útiles, incluso esenciales, para respaldar una opinión, pero no para usarlas en lugar de ella. Como regla general, trate de dar la opinión al principio del editorial, preferiblemente en la primera oración o la segunda, para que llegue al lector con la debida antelación. Puede que incluso mantenga su atención haciendo que quiera saber cómo el periódico va a defender una aseveración tan improbable.

Mientras más cercano a lo local, mayor la repercusión del editorial, y mayor la responsabilidad del periódico.

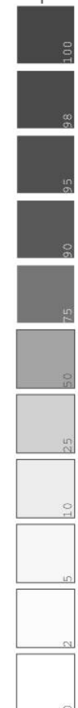
No se guarde su opinión

Es mucho mejor dar pie a un debate fuerte en la comunidad que publicar verdades de perogrullo disfrazadas de editoriales. El debate abre el apetito del público lector, aumenta la tolerancia hacia lo diferente, que debe caracterizar a una sociedad diversa, y en general vigoriza el proceso democrático. Para el editor, ofrece una gran oportunidad de ser magnánimo en la victoria y elegante en la derrota o el error.

Los editoriales no necesitan ser infalibles para ser valiosos. Aun si sólo consiguen que el público hable o quizá incluso que piense, o educar al editor por la reacción que generan, habrán valido la pena. Manifestar nuestras opiniones es un poco como participar más plenamente en la vida. El resultado suele ser que aprendemos a conocer mejor a los vecinos, o incluso que simpaticemos más con ellos. Evita que se atrofien las facultades críticas, del editor y de los demás. Para ser eficaz, el editorial necesita reflejar los valores que comparte la comunidad y al mismo tiempo hacerlos crecer. Es una treta limpia, pero casi la única que vale la pena emplear en política editorial.





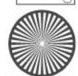


Las ideas están por doquier

¿Dónde consigue las ideas para los editoriales? Todo el mundo las tiene. Existe acaso algún editor de alma tan muerta que nunca se haya dicho “Esta, ésta es la solución”. Asista a reuniones, cultive las fuentes locales (sin hacer demasiado caso de algunas), participe en la vida de la comunidad y utilice su experiencia personal, Lea el periódico. Probablemente las ideas le vendrán más rápido de lo que demora en analizarlas. Razone mucho; la mente no tiene sustituto. Esta táctica ha salvado más de un buen editorial, y evitado que muchos malos aparezcan impresos y pongan en ridículo a todo el periódico.

Cómo escribir editoriales

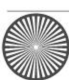
No se dé a la tarea de escribir un editorial, sino de decir algo sobre un tema. El estilo que sale más natural y sencillo es el mejor. Puede que necesite











escribirlo muchas veces. Si no sale lo natural, recuerde la vieja máxima para escribir bien: ser claro, sencillo y franco salvo en aquellas contadas ocasiones en que las reglas se hicieron para ser violadas.

Trate de escribir el editorial como si estuviera dirigido a una persona concreta: un funcionario público, un señor retirado del vecindario, la tía Cachita o un joven inconforme. Reléalo, rescríbalo y, de ser necesario, olvídelo. No permita que el tiempo o su orgullo de autor lo lleven a publicar algo que no haya pensado y sentido de principio a fin.

Revíselo una y otra, y otra vez. Luego haga que otro lo revise, o por lo menos lo lea. Por lo general, la señal de una buena revisión es que el trabajo se acorta, no se alarga. En ocasiones conviene dejar el editorial todo un día, y luego retomarlo de nuevo. A veces vale más escribir un editorial que tenemos pensado antes de criticarlo que analizar primero la idea con un editor o un reportero. Muchos buenos editoriales se han perdido en la discusión. Escriba el editorial de modo que suene bien; confíe en su oído.

Escriba con pasión y edite con cuidado, para que el filo de lo escrito perdure, y quizá incluso se asiente. No tema incursionar en lo heterodoxo, lo extravagante, lo excepcional, ya sea en estilo o en contenido. Los buenos editoriales no suelen ser predecibles. Trate de rebasar lo noticioso de un hecho para analizar la idea, la filosofía o la moral en que se basa.





Una de las maneras más socorridas de organizar un editorial podría llamarse el Ciclo Neoclásico: dar una opinión, documentarla, abordar sus ramificaciones, luego reformularla al final. Después viene el planteo del problema y el desarrollo de la solución elegida. Mi sistema favorito es ir al seguro. Escriba sobre lo que más le interesa, lo que mejor conoce y lo que más le apasiona. Acumule información, citas, analogías útiles sobre el tema.

Como en el caso del tirador que dispara primero y sólo después traza la diana alrededor del orificio de la bala, los lectores se preguntarán por qué este editorialista da en el blanco con tanta frecuencia. Mientras más temas logra uno que le interesen, mejor funciona el sistema.



Surtido de advertencias

Cuídese de los conflictos de intereses. Mientras más pequeña la ciudad más difícil puede ser para el editor evitar que lo arrastren a defender causas que entran en conflicto con la independencia editorial. Recuerde que Ud. sabe decir que no.

Y recuerde que los editoriales también pueden ser para alabar. No convierta la columna editorial en una permanente letanía de quejas. En caso de periódicos pequeños con poco personal, puede que sea necesario dejar los editoriales para el final, pero no permita que sean las ideas surgidas tardíamente ni el relleno de espacios.

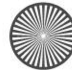
Al examinar las noticias del día, examine también su opinión sobre ellas,











quizá incluso haga de ellas un esquema mental. Al escribir editoriales concédase un tiempo para reflexionar (este consejo es tan bueno que pienso ponerlo en práctica algún día). Pero no permita que la necesidad de "investigar" sustituya su labor de editorialista.

Sea honesto incluso en el fragor de la retórica. Conviértase en el crítico más severo de su editorial antes de que aparezca impreso y hágale los cambios necesarios. No se arrepentirá. Nunca falsee, ni por la mejor de las causas. En este oficio el arte pasa y la conciencia permanece. Ataque el argumento más fuerte de su contendiente y no el más débil. El lector al que Ud. más desea influir sabrá apreciar la diferencia. No es hazaña, ni tan divertido, cargar contra hombres de paja. No guarde sus golpes más contundentes para lanzarlos contra el empleado público indefenso sin nunca enfrentar al presidente del banco local o la cámara de comercio. Los lectores saben de eso también.

Sea personal en el estilo, las alusiones y el mensaje, pero no en la argumentación. Empréndala contra las ideas, no las personas. Desempolve el perdido arte de ser firme pero cortés en la controversia. Publique las erratas cuando corresponda o incluso si corresponde sólo en parte; publíquelas en un lugar por lo menos tan prominente como el del error original y publíquelas con su título verdadero ("Erratas"), y no "Aclaraciones" o "Ampliaciones" o "Nuevas consideraciones". El amor propio enseguida se cura.



El resto de la página

Los buenos editoriales son la condición indispensable de una buena página editorial, pero hay más: la redacción de los titulares, por ejemplo. Escríbalos en activo. Evite el omnipresente y letal rótulo ("Informe del Tribunal"). Use en cambio verbos, modismos, preguntas ("!Allí ni locos!"). La dignidad no necesita ser aburrida.



A menos que un periódico esté convencido de que tiene el monopolio de la verdad, sus editoriales deben estar equilibrados con artículos que defiendan otras posiciones. Dé al lector una dieta balanceada de opiniones de otras fuentes: columnas, caricaturas, trabajos de invitados. Mientras más local, mejor. Un buen caricaturista local es una gran ventaja. El objetivo es que la página en su conjunto sea atractiva y útil para el lector. La página editorial debe ser respetuosa en contenido y apariencia, y respeto al lector es, entre otras cosas, tratar de atraerlo y mantener su interés. Pero no permita que los aspectos más técnicos del oficio (la parte gráfica, la composición, la redacción de titulares y la edición de columnas) lo alejen de la función esencial de la página editorial: dar a conocer opiniones bien fundadas, en particular las del periódico, impecablemente presentadas.

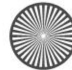
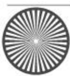
Debe prestarse especial atención a la columna de correspondencia. Una buena y abundante columna de cartas al editor es la señal más segura de









que el resto de la página, en particular los editoriales, está llegando al público. Cultivar y responder a los que nos escriben es una función que no debe descuidarse. Ellos también sirven al público y atraen lectores… y vigorizan el proceso democrático. Y mientras más cartas publique, más podrá recibir.


















100
98
95
90
75
50
25
10
5
2
0